



MUQODDIMAH

ANALISA HUKUM TERHADAP PENTINGNYA PENDAFTARAN HAK MEREK DAGANG BAGI UMKM DALAM RANGKA MENINGKATKAN PEREKONOMIAN RAKYAT (Berdasarkan Undang-Undang No.20 Tahun 2016 tentang Hak Merek dan Indikasi Geografis)

Rahmat Suhargon

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Asahan
(STIEMA)

argonharahap@gmail.com

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil Menengah atau lazim kita kenal sebagai UMKM mempunyai banyak peranan penting dalam perekonomian. Salah satu peranannya yang paling krusial dalam pertumbuhan ekonomi adalah menstimulus dinamisasi ekonomi. Karakternya yang fleksibel dan cakap membuat UKM dapat direkayasa untuk mengganti lingkungan bisnis yang lebih baik daripada perusahaan-perusahaan besar. Dalam banyak kasus, dari sejumlah UKM yang baru pertama kali memasuki pasar, di antaranya dapat menjadi besar karena kesuksesannya dalam beroperasi. Semakin banyak jumlah masyarakat yang berkecimpung di dunia Usaha UMKM pada saat ini juga menghasilkan begitu banyak pula masalah terkait hal tersebut, salah satunya adalah Merek dagang. Dari hal tersebut kecenderungan akan menimbulkan potensial permasalahan dikemudian harinya yaitu Penyalahgunaan Merek Dagang oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab dikarenakan UMKM tidak memiliki perlindungan hukum apabila merek dagang dari usaha UMKM tersebut belum didaftarkan merek dagangnya. Hal ini akan merugikan pihak yang seharusnya mendapatkan haknya apabila timbul permasalahan sengketa dikemudian hari. Perlindungan Hukum Merek Dagang di Indonesia berlaku setelah dilakukannya pendaftaran Merek ke Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual lebih tepatnya ketika Permohonan dikabulkan Ditjen HKI, maka perlindungan hukum terhadap merek dagang yang sudah diterima sudah mulai berlaku dan dimana perlindungan hukum tersebut sesuai merek dagang sebagaimana ditampilkan dalam permohonannya.

Kata Kunci : Merek Dagang, Usaha Mikro Kecil dan Menengah

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises or commonly known as MSMEs have many important roles in the economy. One of the most crucial roles in economic growth is stimulating economic dynamics. Its flexible and capable character makes SMEs engineered to replace a better business environment than large companies. In many cases, from a number of SMEs entering the market for the first time, among them can be great because of their success in operating. The more number of people involved in the world of MSME Business at this time also produces so many problems related to this, one of which is a Trademark. From this, the tendency will cause potential problems in the future, namely Trademark Abuse by irresponsible parties because MSMEs do not have legal protection if the trademark of the MSME business has not been registered with its trademark. This will be detrimental to those who should get their rights if problems arise later in the dispute. Trademark Legal Protection in Indonesia applies after Trademark registration is carried out to the Directorate General of Wealth Rights Intellectuals are more precisely when the Application is granted by the Directorate General of Intellectual Property Rights, then legal protection against trademarks that have been received already take effect and where the legal protection is in accordance with the brand trade as displayed in the petition.

Keywords: Trademarks, Micro, Small and Medium Enterprises



PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah atau lazim kita kenal sebagai UMKM mempunyai banyak peranan penting dalam perekonomian. Salah satu peranannya yang paling krusial dalam pertumbuhan ekonomi adalah menstimulus dinamisasi ekonomi. Karakternya yang fleksibel dan cakap membuat UKM dapat direkayasa untuk mengganti lingkungan bisnis yang lebih baik daripada perusahaan-perusahaan besar. Dalam banyak kasus, dari sejumlah UKM yang baru pertama kali memasuki pasar, di antaranya dapat menjadi besar karena kesuksesannya dalam beroperasi.¹

Sejak krisis moneter yang diawali tahun 1997, hampir 80% usaha besar mengalami kebangkrutan dan melakukan PHK massal terhadap karyawannya. Berbeda dengan UMKM yang tetap bertahan di dalam krisis dengan segala keterbatasannya. UKM dianggap sektor usaha yang tahan banting. Selain itu sebagai sektor usaha yang dijalankan dalam tataran bawah, UMKM berperan besar dalam mengurangi angka pengangguran, bahkan fenomena PHK menjadikan para pekerja yang menjadi korban dipaksa untuk berfikir lebih jauh dan banyak yang beralih melirik sektor UMKM ini. Produk-produk UMKM, setidaknya memberikan kontribusi bagi pertumbuhan ekonomi dan pendapatan nasional, karena tidak sedikit produk-produk UMKM itu yang mampu menembus pasar internasional.

Sekarang ini lembaga-lembaga donor internasional semuanya mendukung perkembangan UMKM. Ada yang melihatnya sebagai wahana untuk menciptakan kesempatan kerja (ILO), ada yang melihatnya sebagai penjabaran komitmen mereka (IMF, Bank Dunia, Bank Pembangunan Asia) untuk memerangi kemiskinan di negara-negara berkembang. Di Asia, perkembangan sektor UMKM ini juga dilihat sebagai salah suatu jalan keluar dari krisis ekonomi. Para donor

multilateral dan bilateral (antara lain Jepang) semuanya akan menyediakan dana dan bantuan teknis untuk pengembangan sektor ini.²

Semakin banyak jumlah masyarakat yang berkecimpung di dunia Usaha UMKM pada saat ini juga menghasilkan begitu banyak pula masalah terkait hal tersebut, salah satunya adalah Merek dagang. Dari hal tersebut kecendrungan akan menimbulkan potensial permasalahan dikemudian harinya yaitu Penyalahgunaan Merek Dagang oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab dikarenakan UMKM tidak memiliki perlindungan hukum apabila merek dagang dari usaha UMKM tersebut belum didaftarkan merek dagangnya. Hal ini akan merugikan pihak yang seharusnya mendapatkan haknya apabila timbul permasalahan sengketa dikemudian hari.

Perlindungan Hukum Merek Dagang di Indonesia berlaku setelah dilakukannya pendaftaran Merek ke Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual lebih tepatnya ketika Permohonan dikabulkan Ditjen HKI, maka perlindungan hukum terhadap merek dagang yang sudah diterima sudah mulai berlaku dan dimana perlindungan hukum tersebut sesuai merek dagang sebagaimana ditampilkan dalam permohonannya.³

Namun saat sekarang ini masih banyak bagi UMKM yang belum mendaftarkan hak merek dagangnya. Dari latar belakang ini penulis mengangkat judul penelitian ini yaitu: "ANALISA HUKUM TERHADAP PENTINGNYA PENDAFTARAN HAK MEREK DAGANG BAGI UMKM DALAM RANGKA MENINGKATKAN PEREKONOMIAN RAKYAT (berdasarkan Undang-Undang Merek)"

² Ibid

³ Alvio Ardianto Wicaksono, Budi Santoso, Rinitami Njatrijani, *Pelaksanaan Perlindungan Hukum Terhadap Merek Dagang Asing Dari Tindakan Pemboncengan Reputasi (Passing-Off) Dalam Penamaan Merek Di Indonesia*, Diponegoro Law Journal, Volume 5, Nomor 4, Tahun 2016, hlm 5

¹ <http://lilisokviyani1001.blogspot.com/2015/05/peran-koperasi-dan-umkm-dalam.html> diakses tgl 10_09_2018, pk1: 09.00 WIB



METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian hukum normatif atau doktrinal yang juga disebut sebagai penelitian perpustakaan atau studi dokumen, karena lebih banyak dilakukan terhadap data yang bersifat sekunder yang ada di perpustakaan, bersifat deskriptif analisis, melalui pendekatan normatif "*legal research*", dengan cara mengumpulkan dan mempelajari bahan hukum primer (*primary source*), bahan hukum sekunder (*secondary sources*), dan bahan hukum tersier. Bahan hukum primer merupakan bahan hukum memiliki otoritas (*authority*) artinya bersifat mengikat.

Proses analisa data menggunakan metode deskriptif kualitatif, penelitian yang bersifat penemuan fakta-fakta seadanya (*fact finding*), termasuk juga usaha mengemukakan hubungan satu dengan yang lain dalam aspek yang diteliti itu. Sehingga penelitian ini memberikan gambaran tentang:

1. Apa penyebab pentingnya pendaftaran merek dagang bagi umkm ?
2. Bagaimanakah perkembangan pendaftaran merek dagang bagi umkm di indonesia?

TUJUAN PENELITIAN

1. Bagi penulis untuk mengetahui bagaimana pentingnya pendaftaran merek dagang bagi UMKM dalam rangka meningkatkan perekonomian rakyat.
2. Bagi kaum akademisi untuk menambah ranah pengetahuan tentang pentingnya pendaftaran hak merek dagang bagi UMKM dalam rangka meningkatkan Perekonomian Rakyat.
3. Bagi Pemerintah untuk menjadi masukan mengenai pentingnya pendaftaran merek dagang bagi UMKM dalam rangka meningkatkan Perekonomian Rakyat.

PEMBAHASAN

PENTINGNYA HAK MEREK BAGI UMKM.

Adapun pentingnya Hak Merek bagi UMKM adalah:

1. Untuk Meningkatkan Keuntungan Bagi UMKM

Penggerak Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) merupakan, pengusaha pemula yang menjalankan roda bisnis. Pengusaha UMKM juga memiliki peranan penting dalam meningkatkan roda perekonomian rakyat dalam yang tujuannya untuk membantu pemerintah dalam meningkatkan pembangunan ekonomi bangsa dan Negara. Dalam hal ini bagi pengusaha UMKM perlu memperhatikan dan melasanakan aturan-aturan yang telah ditetapkan oleh Pemerintah yang juga bertujuan untuk mengembangkan Usahanya tersebut, salah satunya dalam pembutan Merek bagi UMKM yang dijalankannya.

Disini Hak Merek merupakan bagian dari HKI. Merek dianggap sebagai "roh" dari suatu produk. Bagi pengusaha, merek merupakan aset yang sangat bernilai karena merupakan ikon kesuksesan sejalan usahanya yang dibangun dengan segala keuletan termasuk biaya promosi. Bagi produsen merek dapat digunakan sebagai jaminan mutu hasil produksinya. Merek Terdaftar, sering disimbolkan dengan tanda. Setelah meratifikasi WTO *Agreement*, Indonesia melakukan banyak revisi terhadap berbagai Undang-Undang di bidang Hak Kekayaan Intelektual yang ada.⁴

Merk merupakan nama atau panggilan yang akan di"cap"kan disetiap produk yang dipasarkan. Merk ini Umumnya berfungsi untuk menciptakan persepsi konsumen. Produk yang memakai merk dapat memberikan keuntungan atau manfaat tidak hanya bagi penjual. Tetapi juga pembeli, akan tetapi sebaliknya penggunaan merek yang salah juga dapat menimbulkan kerugian bagi perusahaan yang memasarkan produk tersebut.⁵

Namun, tak jarang kita menemukan beberapa produk tak bermerk yang kemudian di rebranding kembali oleh para distributornya. Seperti yang dilakukan oleh beberapa minimarket dan supermarket yang menggunakan nama minimarketnya di beberapa produk yang mereka jual. Bagi

⁴ <https://www.beecloud.id/manfaat-merk-bagi-produsen-dan-customer>, diakses_tgl_20_07_2019.pkl.10.16.wib

⁵ Ibid



konsumen, tentunya mereka pasti menginginkan produk dengan kualitas mutu terjamin. Dengan memperhatikan merk yang akan dibeli berdasarkan persepsi mereka atas suatu produk. Jika UMKM hanya ingin produknya menyebar dengan luas, agar keuntungan melimpah. Tentunya bisa memutuskan sendiri yang terbaik untuk bisnis bagi UMKM.⁶

2. Memberikan Perlindungan Hukum Bagi UMKM

Perlindungan merek di Indonesia menganut asas konstitutif (pendaftaran dengan prinsip first to file).⁷ Merek hanya mendapatkan perlindungan apabila Merek tersebut didaftarkan ke pemerintah melalui kementerian Hukum dan HAM dan dalam hal ini terdapat di Direktorat Kekayaan Intelektual. Apabila UMKM memiliki produk baik berupa barang maupun jasa dengan menggunakan suatu merek namun tidak didaftarkan, maka pelaku usaha UMKM tersebut kehilangan perlindungan hukum atas mereknya.⁸

Perlindungan hak merek diperoleh setelah dilakukan pendaftaran merek. Merek yang sudah didaftarkan disebut Merek Terdaftar, sering disimbolkan dengan tanda ® (registered) setelah merek atau tanda ™ (trademark) setelah merek. Tujuan Perlindungan Hak Merek : Perlindungan hak merek dimaksudkan untuk melindungi pemilikan atas merek, investasi dan goodwill (nama baik) dalam suatu merek, dan untuk melindungi konsumen dari kebingungan menyangkut asal usul suatu barang atau jasa.⁹ Perlindungan hak merek dilakukan melalui Pendaftaran Merek. Justifikasi Perlindungan Merek : Paling tidak terdapat tiga (3) justifikasi perlindungan hak merek menurut Bently & Sherman, yaitu:

a. Kreatifitas yakni, Usaha untuk membenarkan perlindungan Merek

dengan argumentasi kreatifitas adalah suatu hal yang lemah, sebagian karena pada saat hubungan antara barang dengan Merek dipicu dan dikembangkan oleh pedagang, namun peran yang sama besarnya justru diciptakan oleh konsumen dan masyarakat. Bently dan Sherman memandang, bahwa argumentasi yang paling meyakinkan dalam hal ini terkait dengan pendapat yang melihat Merek sebagai imbalan atas investasi.

- b. Informasi yakni, Ini merupakan justifikasi utama perlindungan merek, karena merek digunakan dalam kepentingan umum sehingga meningkatkan pasokan informasi kepada konsumen dan dengan demikian meningkatkan efisiensi pasar. Merek merupakan cara singkat komunikasi informasi kepada pembeli dilakukan dalam rangka membuat pilihan belanja. Dengan melindungi merek, lewat pencegahan pemalsuan oleh pihak lain, maka akan menekan biaya belanja dan pembuatan keputusan. Peran iklan dalam dunia industri yang makin dominan menjadikan perlindungan merek menjadi semakin penting.
- c. Etis yakni, Argumentasi etis utama bagi perlindungan Merek didasarkan pada gagasan mengenai keadilan dan fairness. Khususnya dikatakan bahwa "seseorang tidak boleh memetik dari yang tidak ditanamnya". Lebih khusus dikatakan dalam argumentasi ini, bahwa dengan mengadopsi Merek orang lain maka seseorang telah mengambil keuntungan dari nama baik yang dihasilkan oleh pemilik asli Merek.¹⁰

Sebagaimana diketahui, bahwa perlindungan merek di Indonesia, semula diatur dalam Reglement Industriele Eigendom Kolonien 1912, yang kemudian diperbaharui dan diganti dengan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan (disebut pula Undang-Undang Merek 1961). Adapun pertimbangan lahirnya Undang-Undang Merek 1961 ini adalah

⁶ Ibid

⁷ Khoirul Hidayah, Hukum Hak Kekayaan Intelektual, Jakarta : Setara Press, 2017, hlm. 54.

⁸ file:///C:/Users/CAMPUS-003/Downloads/6080-17050-1-PB.pdf

diakses_tgl_01_08_2019_pkl.09.00.wib

⁹ <https://arrniti.blogspot.com/2017/01/makalah-hak-perindungan-atas-merek.html>

diakses_tgl_31_Juli_2019.Pkl.12.00wib

¹⁰ Ibid.



untuk melindungi khalayak ramai dari tiruan barang-barang yang memakai suatu merek yang sudah dikenalnya sebagai merek barang-barang yang bermutu baik. Selain itu, Undang-Undang Merek 1961 juga bermaksud melindungi pemakai pertama dari suatu merek di Indonesia.

Selanjutnya, pengaturan hukum merek yang terdapat dalam Undang-Undang Merek 1961, diperbaharui dan diganti lagi dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek (selanjutnya disebut Undang-Undang Merek 1992), yang mulai berlaku sejak tanggal 1 April 1993. Dengan berlakunya Undang-Undang Merek 1992, Undang-Undang Merek 1961 dinyatakan tidak berlaku lagi. Pada prinsipnya Undang-Undang Merek 1991 telah melakukan penyempurnaan dan perubahan terhadap hal-hal yang berkaitan dengan merek, guna disesuaikan dengan *Paris convention*.

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992, disempurnakan lagi dengan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997. Penyempurnaan Undang-Undang terus dilakukan, hingga sekarang diberlakukan Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek (Lembaran Negara Tahun 2001 Nomor 110, Tambahan Lembaran Negara Tahun 4131), yang mulai berlaku sejak tanggal 1 Agustus 2001. Dan revisi kembali dengan lahirnya Undang-Undang No.20 Tahun 2016 Tentang Hak Merek dan Indikasi Geografis.¹¹

Di Indonesia pelaku UMKM seringkali memperjual belikan suatu barang atau jasa dengan suatu ciri khas yang sama oleh beberapa pelaku UMKM lainnya. Sehingga, pemerintah melalui Undang-Undang No. 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis memfasilitasi perlindungan Merek secara kolektif. Berdasarkan penjelasan Undang-Undang No. 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Merek kolektif adalah Merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama mengenai sifat, ciri umum, dan mutu barang atau jasa serta pengawasannya yang akan

diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya.¹²

Di Indonesia, merek kolektif diatur dalam Pasal 46 sampai dengan Pasal 51 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Tujuan penggunaan merek kolektif adalah untuk menyederhanakan penyelesaian permintaan pendaftaran. Misalnya, jika sepuluh pengusaha masing-masing memproduksi jenis barang atau jasa, maka mereka harus mengajukan permintaan pendaftaran untuk melindungi setiap barang atau jasa yang dimaksud. Padahal masing-masing barang atau jasa yang diproduksi dan diperdagangkan tersebut mempunyai karakteristik yang sama, maka dalam hal tersebut dimungkinkan untuk menggunakan satu merek saja. Terhadap semua jenis barang atau jasa, cukup diajukan satu permintaan pendaftaran merek untuk mereka gunakan secara kolektif. Dengan demikian, para pengusaha khususnya pelaku UMKM dapat menghemat biaya, waktu dan tenaga untuk memproses permintaan pendaftaran merek.¹³

PERKEMBANGAN PENDAFTARAN HAK MEREK BAGI UMKM

Pada saat ini masih banyak para pengusaha UMKM yang belum mendaftarkan Hak Merek Dagangnya. Hal ini terjadi akibat dari minimnya pengetahuan masyarakat khususnya pengusaha UMKM tentang pentingnya pendaftar hak merek tersebut. Padahal dalam melaksanakan proses pendaftaran hak merek tidak terlalu sulit asalkan mengikuti prosedur yang telah ditetapkan oleh Undang-Undang.

Sektor UMKM di Indonesia masih sangat identik dengan berbagai bisnis tradisional. Pada tahun 2018, hasil pencatatan Badan Ekonomi Kreatif ditemukan bahwa terdapat 96% UMKM

¹¹ Ibid.

¹² Pasal 1 angka 4 Undang-Undang No. 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

¹³ Yahya Harahap, Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992, Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 1996, hlm. 604.



belum berbadan hukum ataupun memiliki payung hukum. Baik dalam bentuk usahanya ataupun bentuk badan hukumnya, mayoritas para pelaku usaha UMKM tidak berfokus kepada perlindungan hukum ataupun perkembangan usahanya melainkan kepada suatu keuntungan dan pola bisnis yang sederhana tanpa ada perencanaan pengembangan di masa mendatang. Selain itu, menurut Kepala Badan Ekonomi Kreatif, Triawan Munaf mengungkapkan bahwa para pelaku usaha tidak mendaftarkan usahanya untuk menghindari pajak usaha.¹⁴

Sektor bisnis tidak pernah dapat luput dari Kekayaan Intelektual. Setiap usaha yang dilakukan pasti memiliki kekayaan intelektual yang terdapat di dalamnya. Kekayaan Intelektual yang dimaksud dapat berupa Merek, Cipta, Paten, Desain Industri, Rahasia Dagang, Dasar Tata Letak Sirkuit Terpadu, dan Indikasi Geografis. Sama halnya dengan UMKM, meskipun skala bisnis yang dijalankan di dalam UMKM bukanlah suatu skala yang besar tetapi pada umumnya seluruh UMKM memiliki suatu Merek, baik Merek yang dipergunakan di dalam Perdagangan atau bisa disebut sebagai Merek dagang ataupun Merek yang dipergunakan di dalam suatu produk Jasa.¹⁵ Dasar hukum Keputusan Direktur Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia RI Nomor HKI-09.OT.03.01 Tahun 2013 tentang Insentif Hak Kekayaan Intelektual Bagi Sekolah Menengah Perguruan Tinggi, Usaha Mikro dan Usaha Kecil serta Warga Binaan Pemasyarakatan Tahun 2013. Pemberian insentif berupa pemberian pembiayaan pendaftaran pengajuan permohonan Hak Kekayaan Intelektual yakni merek baik berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan

barang atau jasa. Adapun ruang lingkup pemberian insentif merek mencakup pengajuan permohonan pendaftaran merek untuk maksimal 3 (tiga) macam barang atau jasa dalam 1 (satu) kelas setiap permohonannya. Pemberian insentif ditujukan bagi Usaha Mikro dan Usaha Kecil dengan persyaratan:

1. Membawa surat pernyataan yang menyatakan sebagai UMKM yang dibubuhi materai secukupnya.
2. Syarat permohonan pengajuan pendaftaran berdasarkan Undang-Undang merek, yaitu:
 - a. Mengisi formulir dalam bahasa Indonesia
 - b. Foto copy KTP (3 lembar)
 - c. Akta Badan Hukum/TBN (2 rangkap dilegalisasi oleh Notaris)
 - d. Contoh etiket merek ukuran minimal 2x2 cm, maksimal 9x9 cm (28 helai)
 - e. Surat pernyataan disertai materai Rp. 6000,-
3. Belum pernah mendapat bantuan atau insentif dari pihak manapun.
4. Karya yang dihasilkan memenuhi kriteria perlindungan hak kekayaan intelektual dan berguna bagi masyarakat.
5. Surat Pengantar yang berasal dari Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM, jika pengajuan permohonan melalui Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM.
6. Surat Rekomendasi yang berasal dari Kementerian atau Dinas jika berasal dari Kementerian atau Dinas. Akan tetapi pelaksanaan pengajuan permohonan pemberian insentif selama hanya diadakan (dua belas) bulan dihitung tanggal 1 Januari 2013 sampai dengan 31 Desember 2013.¹⁶

KESIMPULAN

1. Penggerak Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) merupakan, pengusaha pemula yang menjalankan roda bisnis. Pengusaha UMKM juga memiliki peranan penting dalam meningkatkan roda perekonomian rakyat dalam yang tujuannya untuk membantu pemerintah dalam

¹⁴

https://ekonomi.inilah.com/read/detail/2443605/umkm-berbadan-hukum-masih-kecil, diakses_tgl.01_kamis_pkl.10.00wib

¹⁵ file:///C:/Users/CAMPUS-003/Downloads/6080-17050-1-PB.pdf., OP.cit

¹⁶ Ibid.



meningkatkan pembangunan ekonomi bangsa dan Negara. Ada pun Pentingnya Pendaftaran Hak Merek bagi Pengusaha UMKM adalah :

- a. Untuk Meningkatkan Keuntungan Bagi UMKM
 - b. Memberikan Perlindungan Hukum Bagi UMKM
2. Pada saat ini masih banyak para pengusaha UMKM yang belum mendaftarkan Hak Merek Dagangnya. Hal ini terjadi akibat dari minimnya pengetahuan masyarakat khususnya pengusaha UMKM tentang pentingnya pendaftaran hak merek tersebut. Padahal dalam melaksanakan proses pendaftaran hak merek tidak terlalu sulit asalkan mengikuti prosedur yang telah ditetapkan oleh Undang-Undang.

SARAN

1. Diharapkan masyarakat lebih giat dalam menjalankan roda perekonomian terutama disektor bisnis, termasuk sector Usaha Kecil Dan Menengah (UMKM), agar mampu membantu meningkatkan taraf ekonomi masyarakat dan bangsa, dan juga perlunya untuk mendaftarkan Merek UMKMnya sesuai dengan aturan-aturan hokum yang berlaku terutama Undang-Undang yang mengatur Tentang Pendaftaran Merek Di Indonesia.
2. Perlunya Peran Pemerintah Didalam memberikan pemahaman dan pengetahuan akan pentingnya Pendaftaran Hak Merek khususnya bagi masyarakat yang bergerak dibidang UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Khoirul Hidayah, Hukum Hak Kekayaan Intelektual, Jakarta : Setara Press, 2017
- Yahya Harahap, Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia Berdasarkan UndangUndang Nomor 19 Tahun 1992, Bandung: PT Citra Aditya Bakti

Undang-Undang No. 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

Alvio Ardianto Wicaksono, Budi Santoso, Rinitami Njatrijani, *Pelaksanaan Perlindungan Hukum Terhadap Merek Dagang Asing Dari Tindakan Pemboncengan Reputasi (Passing-Off) Dalam Penamaan Merek Di Indonesia*, Diponegoro Law Journal, Volume 5, Nomor 4, Tahun 2016

<https://arrniti.blogspot.com/2017/01/makalah-hak-perlindungan-atas-merek.html>

<https://ekonomi.inilah.com/read/detail/2443605/umkm-berbadan-hukum-masih-kecil.,diakses>

<http://lilisokviyani1001.blogspot.com/2015/05/peran-koperasi-dan-umkm-dalam.html>

<https://www.beecloud.id/manfaat-merk-bagi-produsen-dan-custome>

Marbun, Rocky. *Surat Edaran Kapolri: Serial Kegaduhan Hukum*, <https://forumduniahukumblogku.wordpress.com/2015/11/06/suratedara-n-kapolri-serial-kegaduhan-hukum> (diakse tanggal 28 Nopember 2018)